

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA *INTERNAL VISUAL MERCHANDISING*  
DAN DORONGAN PEMBELIAN IMPULSIF PADA KONSUMEN WANITA  
MELALUI RESPON EMOSI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(STUDI KASUS: ZARA)**

OLEH

Thea Christie

131071103



TUGAS AKHIR INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI  
SEBAGIAN PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI

**KONSENTRASI PEMASARAN**

**S1 BISNIS PRASETIYA MULYA**

**AGUSTUS 2011**